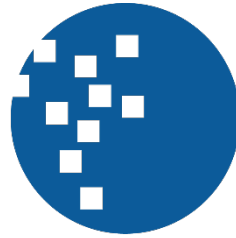


PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN

BFLY INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Janice Kartono

00000043574

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN

BFLY INDONESIA



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Janice Kartono

00000043574

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Janice Kartono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043574

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN BFLY INDONESIA

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Januari 2024

UMM



(Janice Kartono)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN BFLY INDONESIA

Oleh


Nama : Janice Kartono
NIM : 00000043574
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

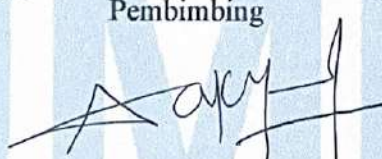
Ketua Sidang

Penguji



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P.
0305117401/L00146


Jomi Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/E023959

Pembimbing


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/E067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Janice Kartono
NIM : 00000043574
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN BFLY INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 11 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Janice Kartono)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat, kemampuan, dan kesehatan untuk menyusun laporan tugas akhir yang berjudul Perancangan Media Promosi untuk Perusahaan BFLY Indonesia.

Tujuan dari penyusunan laporan tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan. Penulis memilih topik untuk merancang media promosi untuk perusahaan BFLY Indonesia. BFLY Indonesia itu sendiri merupakan sebuah perusahaan merk lokal yang memfokuskan penjualannya pada sepatu yang diproduksi menggunakan teknologi yang berasal dari Korea Selatan.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan laporan ini, penulis tidak dapat menyelesaikannya sendiri dan mendapat banyak bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardiles Akyuwen, M.Sn., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bimbingan atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman seperjuangan saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Pihak BFLY Indonesia yang telah berbesar hati untuk memperbolehkan saya menjadikan BFLY Indonesia sebagai topik perancangan tugas akhir.

9. Para narasumber yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai untuk kebutuhan data dalam perancangan tugas akhir ini.
10. Responden yang menyempatkan waktu untuk mengisi kuesioner yang dibutuhkan dalam pengumpulan data perancangan tugas akhir ini.
11. Dewan sidang yang telah memberikan kritik dan saran terhadap perancangan tugas akhir ini.

Semoga karya ini dapat bermanfaat dan menjadi motivasi para pembaca dan juga menambah wawasan para pembaca.

Tangerang, 11 Januari 2024


(Janice Kartono)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERUSAHAAN

BFLY INDONESIA

(Janice Kartono)

ABSTRAK

BFLY Indonesia merupakan sebuah perusahaan lokal yang didirikan pada tahun 2015 yang berasal dari Korea Selatan dan pada tahun 2017, BFLY Indonesia dipindah tangankan ke PT. Anugrah Perdana Indonesia (API). Penjualan BFLY Indonesia saat ini lebih cenderung pada proyek-proyek institusi, oleh sebab itu adanya keinginan dari pihak BFLY Indonesia untuk meningkatkan jumlah penjualan *business to consumer*, khususnya penjualan melalui *marketplace*. Melihat adanya potensi dari BFLY Indonesia, pihak BFLY Indonesia tidak menyangkal bahwa kegiatan promosi dari BFLY Indonesia belum dilakukan secara maksimal. Dengan adanya masalah tersebut, penulis bertujuan untuk merancang visual promosi untuk BFLY Indonesia dengan harapan dapat memperluas pasar, menarik calon konsumen potensial, serta meningkatkan angka penjualan *business to consumer* dari perusahaan BFLY Indonesia, khususnya penjualan melalui *marketplace*.

Kata kunci: BFLY Indonesia, perancangan promosi, media promosi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE DESIGNING OF BFLY INDONESIA'S PROMOTIONAL

MEDIA

(Janice Kartono)

ABSTRACT (English)

BFLY Indonesia is a local company established in 2015 that is originated from South Korea, and in the year 2017, BFLY Indonesia is officially signed under PT. Anugrah Perdana Indonesia (API). In the meantime, BFLY Indonesia's sales are tend to come more from institutional projects. Therefore, there is a wish from BFLY Indonesia to increase their business to consumer sales, especially sales through marketplace. Aware of their potential, BFLY Indonesia does not deny that their promotional activities are not done optimally. Regarding this matter, author is planning to design BFLY Indonesia's promotional visuals with the hope to expand their market, attract more potential consumer, and to further increase their business to consumer sales number, especially sales through their marketplace.

Keywords: *BFLY Indonesia, promotional media, promotion*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

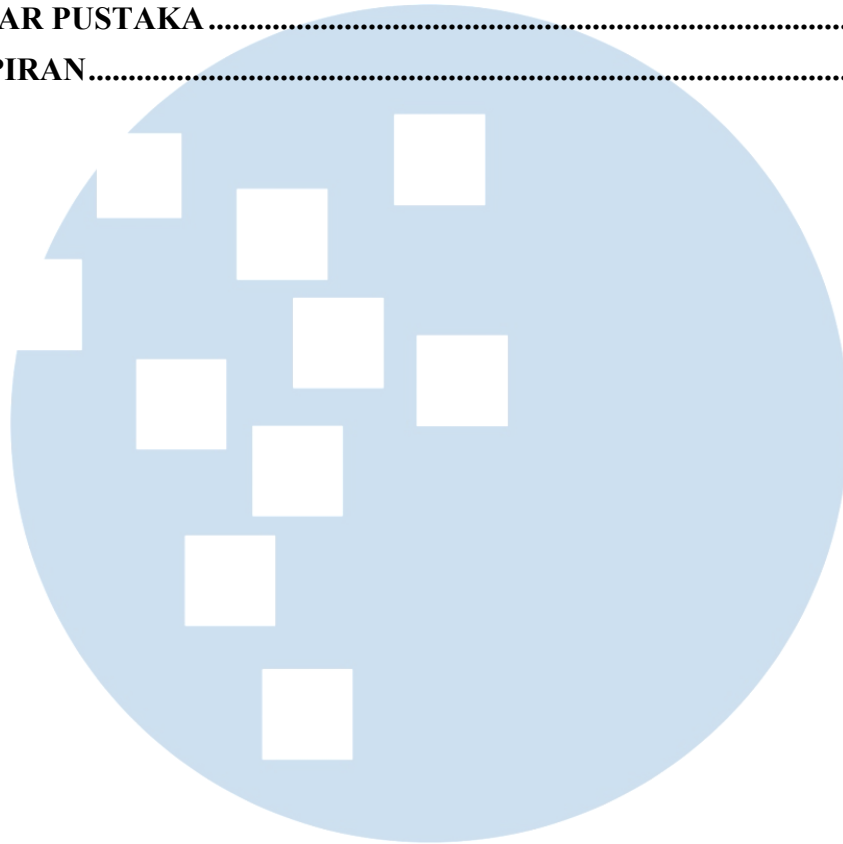
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.3.1 Demografis.....	2
1.3.2 Geografis.....	3
1.3.3 Psikografis	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Desain Grafis.....	4
2.1.1 Elemen dalam Desain	4
2.1.1.1 Garis.....	4
2.1.1.2 Bentuk.....	5
2.1.1.3 Warna	5
2.1.1.4 Tekstur.....	6
2.1.2 Prinsip-Prinsip Desain Grafis.....	6
2.1.2.1 Format	7
2.1.2.2 Keseimbangan.....	7
2.1.2.3 Hierarki Visual	8

2.1.2.4	Irama	9
2.1.2.5	Kesatuan	9
2.1.2.6	Hukum Persepsi Visual.....	9
2.1.3	Tipografi	12
2.1.4	Grid	12
2.1.4.1	<i>Single Column Grid</i>	13
2.1.4.2	<i>Multi Column Grid</i>	13
2.1.4.3	<i>Modular Grid</i>	14
2.1.5	Ilustrasi	14
2.1.6	Fotografi	15
2.1.6.1	<i>Angle</i> dalam Fotografi.....	15
2.1.6.2	Komposisi dalam Fotografi	18
2.1.7	<i>Motion Graphic</i>	20
2.1.8	<i>Copywriting</i>	21
2.2	Promosi.....	21
2.2.1	Tujuan Promosi	21
2.2.2	Jenis - jenis Media Promosi	22
2.2.2.1	Media Promosi Cetak.....	22
2.2.2.2	Media Promosi Elektronik.....	24
2.2.2.3	Media Luar Ruang	25
2.3	BFLY Indonesia.....	27
2.3.1	Kegiatan Promosi.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		29
3.1	Metodologi Penelitian.....	29
3.1.1	Metode Kualitatif.....	29
3.1.1.1	Wawancara	29
3.1.1.2	Kesimpulan Wawancara.....	34
3.1.2	Metode Kuantitatif	34
3.1.2.1	Kuesioner.....	35
3.1.2.2	Studi Eksisting	42
3.1.2.3	Studi Referensi.....	47
3.2	Metodologi Perancangan	49

BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	52
4.1 Strategi Perancangan	52
4.1.1 <i>Research</i>	52
4.1.2 <i>Analysis</i>	54
4.1.3 <i>Design</i>	54
4.1.3.1 <i>Mindmap</i>	57
4.1.3.2 <i>Big Idea</i>	57
4.1.3.3 <i>Tone of Voice</i>	57
4.1.4 <i>Design</i>	57
4.1.4.1 <i>Moodboard</i>	57
4.1.4.2 <i>Typeface</i>	57
4.1.4.3 <i>Color Palette</i>	57
4.1.4.4 <i>Fotografi</i>	60
4.1.4.5 <i>Copywriting</i>	61
4.1.5 <i>Implementation</i>	61
4.1.5.1 <i>Supergraphic</i>	62
4.1.5.2 <i>Motion Graphic Video</i>	66
4.1.5.3 <i>Instagram Feeds Post</i>	72
4.1.5.4 <i>E-Commerce Banner</i>	77
4.1.5.5 <i>X-Banner</i>	81
4.1.5.6 <i>Merchandise</i>	87
4.2 Analisis Perancangan	102
4.2.1 <i>Analisis Beta Test</i>	102
4.2.2 <i>Analisis Desain Supergraphic</i>	103
4.2.3 <i>Analisis Video Motion Graphic</i>	105
4.2.4 <i>Analisis Desain Instagram Feeds Post</i>	107
4.2.5 <i>Analisis Desain E-Commerce Banner</i>	109
4.2.6 <i>Analisis Desain X-Banner</i>	111
4.2.7 <i>Analisis Merchandise</i>	112
4.3 Budgeting	114
BAB V PENUTUP.....	115
5.1 Simpulan.....	115

5.2	Saran.....	116
	DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
	LAMPIRAN.....	xx



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Unerd Footwear	44
Tabel 3.2 Analisis SWOT PaulMay	46
Tabel 4.1 Tabel Pemetaan Orientasi Masalah.....	53
Tabel 4.2 Tabel Analisis Creative Brief.....	54
Tabel 4.3 Tabel Elemen Pola Supergraphic.....	62
Tabel 4.4 Tabel Budgeting	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Garis	4
Gambar 2.2 Bentuk	5
Gambar 2.3 Warna	6
Gambar 2.4 Tekstur	6
Gambar 2.5 <i>Aspect Ratio</i>	7
Gambar 2.6 Keseimbangan	8
Gambar 2.7 Hierarki Visual	9
Gambar 2.8 <i>Similarity</i>	10
Gambar 2.9 <i>Proximity</i>	10
Gambar 2.10 <i>Continuity</i>	10
Gambar 2.11 <i>Closure</i>	11
Gambar 2.12 <i>Common Fate</i>	11
Gambar 2.13 <i>Continuing Line</i>	11
Gambar 2.14 Anatomi Karakter	12
Gambar 2.15 <i>Single Column Grid</i>	13
Gambar 2.16 <i>Multi Column Grid</i>	13
Gambar 2.17 <i>Modular Grid</i>	14
Gambar 2.18 Ilustrasi	15
Gambar 2.19 <i>Eye Level Photography</i>	16
Gambar 2.20 <i>Low Angle Photography</i>	16
Gambar 2.22 <i>High Angle Photography</i>	17
Gambar 2.22 <i>Bird Eye View Photography</i>	17
Gambar 2.23 <i>Frog Eye View Photography</i>	18
Gambar 2.24 <i>Leading Lines Photography</i>	18
Gambar 2.25 <i>Rule of Thirds</i>	19
Gambar 2.26 <i>Negative Space Photography</i>	19
Gambar 2.27 <i>Framing Photography</i>	20
Gambar 2.28 <i>Symmetry Photography</i>	20
Gambar 2.29 Flyer	23
Gambar 2.30 Brosur	23
Gambar 2.31 Kartu Nama	24
Gambar 2.32 <i>Instagram Ads</i>	25
Gambar 2.33 <i>Website</i>	25
Gambar 2.34 <i>Billboard</i>	26
Gambar 2.35 <i>Poster Outdoor</i>	26
Gambar 3.1 Dokumentasi Penulis dengan Komisariss BFLY Indonesia	31
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan <i>Head of Creative</i> BFLY Indonesia	32
Gambar 3.3 Jenis Kelamin Responden	36
Gambar 3.4 Domisili Responden	36
Gambar 3.5 Tingkat Keseringan Pembelian Sepatu Oleh Responden.....	37

Gambar 3.6 Pembelian Sepatu Merk Lokal Oleh Responden.....	37
Gambar 3.7 Cara Responden Membeli Sepatu	37
Gambar 3.8 Biaya Pembelian Sepatu Oleh Responden	38
Gambar 3.9 Faktor Pembelian Sepatu Oleh Responden	38
Gambar 3.10 Asal Mula Responden Mengetahui Sebuah Merk Sepatu.....	39
Gambar 3.11 Pengetahuan Responden Terhadap BFLY Indonesia.....	39
Gambar 3.12 Asal Mula Responden Mengetahui BFLY Indonesia	40
Gambar 3.13 Media Promosi yang Sering Ditemui	41
Gambar 3.14 Tampilan Instagram BFLY Indonesia.....	42
Gambar 3.15 Tampilan Instagram Unerd Footwear	44
Gambar 3.16 Tampilan Instagram PaulMay	46
Gambar 3.17 Tampilan Instagram Wakai	47
Gambar 3.18 Ilustrasi pada Instagram Adorable Projects.....	48
Gambar 3.19 Konten Instagram Adorable Projects	49
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> BFLY Indonesia.....	56
Gambar 4.2 <i>Moodboard Visual</i>	58
Gambar 4.3 <i>Typeface</i> Perancangan Media Promosi BFLY Indonesia.....	59
Gambar 4.4 <i>Color Palette</i> Perancangan Media Promosi BFLY Indonesia	59
Gambar 4.5 Aset Fotografi.....	60
Gambar 4.6 Hasil <i>Cropping</i> dan <i>Editing</i>	61
Gambar 4.7 Proses Penyusunan <i>Supergraphic</i>	64
Gambar 4.8 Penggabungan Ilustrasi Elemen <i>Supergraphic</i>	64
Gambar 4.9 Proses Pembuatan Pola <i>Supergraphic</i>	65
Gambar 4.10 Pola <i>Supergraphic</i>	65
Gambar 4.11 Contoh Pengaplikasian <i>Supergraphic</i>	66
Gambar 4.12 <i>Storyboard Motion Graphic</i>	67
Gambar 4.13 <i>Storyboard Motion Graphic</i> Batik Edition.....	67
Gambar 4.14 <i>Storyboard Motion Graphic</i> Dilan Edition	67
Gambar 4.15 <i>Storyboard Motion Graphic</i> Produk Best Seller	68
Gambar 4.16 <i>Proportional Grid Motion Graphic</i>	69
Gambar 4.17 <i>Safe Space Motion Graphic</i>	69
Gambar 4.18 Implementasi Video <i>Motion Graphic</i>	70
Gambar 4.19 Proses Finalisasi Video <i>Motion Graphic</i>	71
Gambar 4.20 <i>Mockup</i> Video <i>Motion Graphic</i>	72
Gambar 4.21 <i>Content Plan</i> Instagram.....	73
Gambar 4.22 <i>Modular Grid</i> Instagram	74
Gambar 4.23 Proses Perancangan Instagram <i>Post</i>	75
Gambar 4.24 Implementasi Elemen Visual pada <i>Layout</i> Instagram.....	75
Gambar 4.25 Finalisasi <i>Layout</i> Instagram	76
Gambar 4.26 <i>Mockup</i> Instagram <i>Post</i>	77
Gambar 4.27 <i>Modular Grid E-Commerce Banner</i>	78
Gambar 4.28 Proses Perancangan <i>E-Commerce Banner</i>	78
Gambar 4.29 Implementasi <i>E-Commerce Banner</i>	79

Gambar 4.30 Finalisasi <i>E-Commerce Banner</i>	80
Gambar 4.31 <i>Mockup E-Commerce Banner</i>	81
Gambar 4.32 <i>Sketsa X-Banner</i>	82
Gambar 4.33 <i>Modular Grid X-Banner</i>	83
Gambar 4.34 <i>Proses Perancangan X-Banner</i>	84
Gambar 4.35 <i>Implementasi X-Banner</i>	85
Gambar 4.36 <i>Finalisasi X-Banner</i>	86
Gambar 4.37 <i>Mockup X-Banner</i>	87
Gambar 4.38 <i>Modular Grid Thankyou Card</i>	88
Gambar 4.39 <i>Proses Perancangan Thankyou Card</i>	89
Gambar 4.40 <i>Implementasi Thankyou Card</i>	89
Gambar 4.41 <i>Finalisasi Thankyou Card</i>	90
Gambar 4.42 <i>Mockup Thankyou Card</i>	91
Gambar 4.43 <i>Sketsa Sticker Pack</i>	91
Gambar 4.44 <i>Proses Perancangan Sticker Pack</i>	92
Gambar 4.45 <i>Finalisasi Sticker Pack</i>	93
Gambar 4.46 <i>Modular Grid Label Shoe Perfume</i>	94
Gambar 4.47 <i>Proses Perancangan Label Shoe Perfume</i>	94
Gambar 4.48 <i>Implementasi Label Shoe Perfume</i>	95
Gambar 4.49 <i>Finalisasi Label Shoe Perfume</i>	96
Gambar 4.50 <i>Mockup Shoe Perfume</i>	97
Gambar 4.51 <i>Single Column Grid Drawstring Bag</i>	98
Gambar 4.52 <i>Proses Perancangan Drawstring Bag</i>	99
Gambar 4.53 <i>Implementasi Drawstring Bag</i>	100
Gambar 4.54 <i>Mockup Drawstring Bag</i>	101
Gambar 4.55 <i>Revisi E-Commerce Banner</i>	102
Gambar 4.56 <i>Desain Supergraphic</i>	103
Gambar 4.57 <i>Desain Video Motion Graphic</i>	105
Gambar 4.58 <i>Desain Instagram Feeds Post</i>	107
Gambar 4.59 <i>Desain E-Commerce Banner</i>	109
Gambar 4.60 <i>Desain X-Banner</i>	111
Gambar 4.61 <i>Desain Merchandise</i>	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan Tugas Akhir.....	xx
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xxi
Lampiran C Transkrip Wawancara dengan Komisaris BFLY Indonesia	xxvi
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan <i>Head of Creative</i> BFLY Indonesia	xxviii
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Ahli Promosi	xxxii
Lampiran F Kuesioner.....	xxvi
Lampiran G Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	xxvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA